

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi begitu pesat, yang mempengaruhi pemasaran. Perkembangan ini mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Pada sisi lain, masyarakat muslim menjadi lebih hati-hati dalam menggali produk-produk yang digunakan. Dalam agama Islam, seorang muslim harus senantiasa mematuhi anjuran al-Qur'an dan Hadis dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk dalam penggunaan produk halal. Sudah konsekuensi logis, kaum muslimin mengkonsumsi produk yang halal baik produk makanan, minuman atau lainnya.

Indonesia adalah negara yang memiliki penduduk muslim terbesar. Karena itu pemerintah memiliki badan hukum yang mengelola produk halal. Lembaga ini bertugas mengaudit, dan menetapkan label halal pada suatu produk yang dikeluarkan di pasaran, yaitu Lembaga Pengawasan dan Peredaran obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia, disingkat LPPOM-MUI. Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di kalangan masyarakat dengan sistem pemberian sertifikat berlabel halal pada suatu produk.¹

Masyarakat muslim telah membentuk pola khusus dalam mengkonsumsi suatu produk makanan ataupun minuman, yaitu diwajibkan menggunakan produk yang jelas kehalalannya. Hal ini dijamin oleh undang-undang tentang perlindungan konsumen yaitu peraturan pemerintah nomor 8 tahun 1999. Namun belakangan karena derasnya perkembangan media transportasi dan komunikasi, terdapat banyak makanan yang datang dari luar negeri, meskipun diproduksi dalam negeri, namun berasal dari luar negara, yang mana negara itu bukan negara muslim. Semakin majunya gaya hidup masyarakat, menghendaki produk-produk yang cepat dan mudah. Masyarakat dapat dengan mudah memperoleh produk tersebut, karena

¹ Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (Yogyakarta: CAPS, 2014), 13

itu diperlukan perhatian pemerintah untuk mengidentifikasi seluruh makanan dan minuman yang beredar, dalam hal ini adalah lembaga tersebut.

Semakin banyak produk makanan impor, memang memiliki daya tarik lebih terhadap konsumen di Indonesia, hal ini dikarenakan tingginya kebutuhan dan minat beli masyarakat.² Karena itu pemerintah membuat labelisasi halal. Label halal merupakan label untuk menginformasikan kepada konsumen, khususnya kaum muslimin, bahwa produk tersebut benar-benar halal karena sudah dikaji bahan-bahan yang dikandung di dalamnya, yang tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan. Jika pada suatu produk tidak ada label halal, maka dapat dikatakan produk tersebut belum mendapat persetujuan dari LPPOM-MUI, sehingga masih diragukan kehalalannya.

Tidak adanya label ataupun logo halal pada suatu kemasan atau produk akan membuat kaum muslimin berhati-hati dalam memilih produk. Label halal ini adalah logo melingkar yang tersusun dalam bahasa Arab, yang ditulis dengan kata “halal” dengan mengikutsertakan lembaga MUI di dalamnya, sebagai pemberi izin. Karena logo ini, konsumen memperoleh informasi dan memahami bahwa produk tersebut halal.

Konsumen memilih berbagai produk dengan berbagai cara yang berbeda. Mereka mencari informasi, menilai produk, baik kualitas ataupun kuantitas. Kualitas seperti keadaan suatu produk, dan kuantitas yaitu harga dari produk. Hal ini mempengaruhi perilaku konsumen. Demikian juga faktor konsumen memilih suatu produk dapat dipengaruhi berbagai faktor seperti agama, budaya, sosial, dan psikisnya. Seperti dikatakan Schiffman, keputusan untuk membeli suatu produk merupakan seleksi antara dua opsi atau lebih, pada saat konsumen melakukan pembelian.³ Setiap hari, konsumen memilih berbagai alternatif barang yang akan dibelinya. Bahkan terkadang keputusan yang diambil tanpa memikirkan terlebih dahulu, karena itu pemilihan alternatif produk harus tersedia dalam manajemen pemasaran.⁴

² Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* ..14

³ Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), 485

⁴ Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* ..

Saat ini banyak terdapat pasar modern, yang membuat konsumen dapat memilih berbagai cara, baik kualitas ataupun kuantitas. Pasar ini menyediakan produk-produk yang praktis, yaitu konsumen melihat dan mencari sendiri produk yang akan dibelinya. Ini perubahan pola konsumsi masyarakat saat ini, yaitu hadirnya swalayan, minimarket, mall, dan lain sebagainya. Bahkan tidak sedikit orang yang tidak memperdulikan label halal.

Di Kecamatan Syiah Kuala terdapat berbagai macam produk yang datang dari dalam/luar negeri. Produk ini hadir di pasaran, dan membuat perubahan gaya hidup masyarakat di Syiah Kuala Kota Banda Aceh. Terutama sekali, masyarakat akan menjadi lebih konsumtif terhadap produk-produk baru, dan terjadi pergeseran pola konsumsi makanan dari tradisional ke modern. Potensi dan peluang masyarakat untuk mengkonsumsi produk pangan impor cukup besar. akan tetapi sebagai masyarakat muslim diwajibkan memilih produk yang jelas kehalalannya. Artinya masyarakat perlu kehati-hatian dalam membeli produk-produk yang tanpa berlabel halal yang dipasarkan di Kecamatan Syiah Kuala. Meskipun ada logo halal, setidaknya masyarakat memperhatikan logo tersebut ataupun mengetahui bahan-bahannya. Oleh sebab itu masyarakat diharapkan agar lebih teliti dalam membeli produk, dan diperlukan pemahaman tentang label halal pada kemasan produk.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik ingin mengkaji lebih dalam tentang persoalan masyarakat dalam membeli produk berlabel halal. Hasil penelitian ini akan penulis tuangkan dalam skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal Di Kalangan Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan berlabel halal di kalangan masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan berlabel halal di kalangan masyarakat Kecamatan Syiah Kuala.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini penulis bagikan dalam 2 kategori yaitu manfaat praktis dan teoritis:

1. Manfaat secara praktis, yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi masyarakat secara umum, dan khususnya di Aceh. Secara praktis, peneliti berharap hasil penelitian akan menjadi kajian ilmu-ilmu ekonomi Islam, serta melatih peneliti sendiri dalam mengembangkan pemahaman kemampuan berfikir, khususnya penulisan karya ilmiah.
2. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman atau rekomendasi bagi pemerintah dalam melakukan pengontrolan pemasukan produk-produk yang berlabel halal dalam wilayah pemerintahannya, dan menjadi bahan kaji ulang bagi akademisi ataupun peneliti selanjutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah urutan sistematis penulis karya ilmiah skripsi yang terdiri dari pendahuluan, pembahasan dan kesimpulan. Dalam sistematika skripsi ini terdiri dari lima bab. Masing-masing bab memiliki materi tersendiri, dan saling terkait dengan bagian-bagian yang lain.

Pada bab satu skripsi ini, yaitu pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan permasalahan, manfaat dan tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan itu sendiri. bagian dua, penulis membahas tentang kajian gambaran umum tentang teori yang digunakan yang menyangkut pembahasan yaitu faktor-faktor keputusan masyarakat dalam membeli produk berlabel halal, konsep halal

dalam Islam, konsep pemasaran, produk makanan, konsep label (*labeling*) halal, keputusan pembelian konsumen, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

Pada bab tiga, peneliti menulis tentang metode penelitian. Bagian ini menjadi penting bagi peneliti sendiri karena untuk melihat cara kerja dalam pengumpulan dan pengolahan data yang diperoleh. Dalam metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, informan penelitian, dan teknik analisis data.

Adapun Bab Empat membahas tentang hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh selama penelitian, diantaranya yaitu deskripsi Kecamatan Syiah Kuala, yaitu analisis faktor yang mendasari keputusan masyarakat Kecamatan Syiah Kuala dalam membeli produk berlabel halal.

Terakhir Bab Lima, merupakan bagian penutup skripsi ini, yang di dalamnya berisikan kesimpulan dan saran-saran ataupun rekomendasi. Pada bagian ini peneliti membuat ringkasan kesimpulan yang diperoleh dari temuan-temuan di lapangan dan kemudian hasil analisis data, sebagai suatu rangkaian penelitian skripsi ini.